

Київський університет імені Бориса Грінченка
Інститут журналістики
Кафедра журналістики та нових медіа

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Проректор з науково-методичної
та навчальної роботи
О.Б. Жильцов
« 01 » 2019 року

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
Масова комунікація та інформація

Змістовий модуль: Теорія інформації й комунікацій

для студентів

спеціальності 061 «Журналістика»
освітнього рівня першого (бакалаврського)
освітньої програми «Журналістика»



Київ – 2019

Розробники: Васьків М.С., доктор філологічних наук, професор кафедри журналістики і нових медіа

Викладачі: Васьків М.С., доктор філологічних наук, професор кафедри журналістики і нових медіа

Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри (циклової комісії) журналістики та нових медіа


Протокол від « 29 » 08 2019 року № 1

Завідувач кафедри (голова циклової комісії)  (В. О. Гандзюк)

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої (професійної/наукової) програми (керівником проектної групи) _____

_____ . _____ 20 19 р.

Гарант освітньої (професійної / наукової) програми

(керівник проектної групи)  (М.С. Васьків)

Робочу програму перевірено

_____ . _____ 20 19 р.

Заступник директора Інституту журналістики  (О. А. Росінська)

Пролонговано:

на 20__/20__ н.р. _____, “__”__ 20__ р., протокол №__

на 20__/20__ н.р. _____, “__”__ 20__ р., протокол №__

на 20__/20__ н.р. _____, “__”__ 20__ р., протокол №__

на 20__/20__ н.р. _____, “__”__ 20__ р., протокол №__

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання	
Масова комунікація та інформація Змістовий модуль: Теорія інформації й комунікацій		
	денна	заочна
Вид дисципліни	обов'язкова	обов'язкова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська	українська
Курс	3	3
Семестр	5	5
Кількість змістових модулів з розподілом:	2	2
Обсяг кредитів	2	2
Обсяг годин, в тому числі	60	60
аудиторні	28	8
модульний контроль	4	-
семестровий контроль		
самостійна робота	28	52
форма семестрового контролю	іспит	іспит

2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Курс «Теорія інформації й комунікацій» покликаний формувати теоретичну базу бакалавра з журналістики, тому метою його вивчення є осягнення студентами сутності інформації, масової інформації, поширення масової інформації як основи діяльності мас-медіа, природи масової комунікації як явища, структури масовокомунікаційного процесу, функцій масової комунікації, оволодіння навичками протистояння масовокомунікаційного впливу, маніпулювання тощо.

Завданнями курсу є:

- визначити сутність понять «інформація», «масова інформація», «масовоінформаційна діяльність»;
- засвоїти принципи, методи і засоби поширення масової інформації;
- ознайомити з технологіями масового спілкування;
- сформувати поняття суміжних професій у галузі масової комунікації;
- розкрити засоби, способи, форми масового спілкування;
- з'ясувати суть та особливості процесу спілкування;
- ознайомити з найважливішими науковими здобутками та основною проблематикою теорії масової комунікації;
- ознайомити студентів з методами і прийомами наукового комунікативного аналізу.

3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

У результаті вивчення курсу «Теорія інформації й комунікацій» студент знатиме:

- сутність понять «інформація», «масова інформація», «масовоінформаційна діяльність»;
- специфіку поширення масової інформації через мас-медіа;

- історію розвитку комунікації, формування її науково-теоретичних та критичних засад;
- особливості природи і структури комунікативного процесу;
- моделі комунікації;
- комунікативні стратегії;
- методи комунікативного аналізу;
- комунікативні дискурси;
- аспекти функціонування комунікації у контексті суспільств, культур і цивілізацій;
- засоби і методи впливу на маси.

Студент умітиме:

- визначати кількість і якість інформації, оптимальний її обсяг для поширення;
- застосовувати оптимальні методи і прийоми поширення масової інформації;
- здійснювати всебічний аналіз процесу комунікації;
- робити зіставний аналіз теорій масової комунікації;
- розрізняти учасників масового спілкування за функціями, завданнями, методами, засобами праці тощо;
- відрізняти себе, фахівця, від представників суміжних професій;
- застерігати себе від використання засобів, способів, форм масового спілкування, не властивих обраній професії;
- використовувати адекватні технології та моделі для створення комунікативних дискурсів;
- пояснювати, чому представники суміжних професій працюють в одному середовищі, але кожен займається своєю справою або починають підміняти одне одного;

– пояснювати, чому тисне середовище масової комунікації на фахівців, що працюють у ньому, і які засоби й способи запобігання тому тискові;

– коректно працювати зі своєю аудиторією як виявом маси;

– відповідально ставитися до масової інформації;

– відстоювати свою професійну точку зору щодо місця і ролі своєї професії в структурі масового спілкування;

У результаті вивчення курсу студенти набувають такі **компетенції:**
фахові:

– журналістські;

– соціологічні;

загальні:

– аналітичні;

– комунікативні;

– психологічні;

– самоосвітні.

4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

4.1. Тематичний план для денної форми навчання

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторні					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль I. Інформація й комунікація. Міжособистісна комунікація							
Тема 1. Інформація, її властивості	8	2	2				4
Тема 2. Масова інформація, її поширення через мас-медіа	8	2	2				4
Тема 3. Комунікація. Міжособистісна комунікація	8	2	2				4
Тема 4. Маса як реципієнти масовокомунікаційної діяльності	8	2	2				4
Модульний контроль	2					2	
Разом	34	8	8			2	16
Змістовий модуль II. Складники і шляхи масового комунікування							
Тема 5. Масова комунікація	8	2	2				4
Тема 6. Масовокомунікаційний процес	8	2	2				4
Тема 7. Функції масової комунікації	8	2	2				4

Модульний контроль	2					2	
Разом	26	6	6			2	12
Усього	60	14	14			4	28

4.2. Тематичний план для заочної форми навчання

Назви змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					
		Аудиторні					Самостійна
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
Змістовий модуль І. Види комунікації. Масова комунікація							
Тема 1. Інформація, її властивості	9	2					7
Тема 2. Масова інформація, її поширення через мас-медіа	8						8
Тема 3. Комунікація. Міжособистісна комунікація	9		2				7
Тема 4. Маса як реципієнти масовокомунікаційної діяльності	8						8
Разом	34	2	2				30
Змістовий модуль ІІ. Складники і шляхи масового комунікування							
Тема 5. Масова комунікація	8	2					6

Тема 6. Масовокомунікаційний процес	10						10
Тема 7. Функції масової комунікації	8		2				6
Разом	26	2	2				22

5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ І.
ІНФОРМАЦІЯ Й КОМУНІКАЦІЯ. МІЖОСОБИСТІСНА
КОМУНІКАЦІЯ

Лекція 1. Інформація, її властивості – 2 год.

Поняття «інформація». Атрибутивна і функціональна теорія інформації. Інформація в різних науках. Інформація й масова комунікація. Зберігання інформації. Проблема її вибору. Обмін інформацією, її функціонування. Українське законодавство про поняття «інформація». Недосконалість визначень. Інфосфера. Ноосфера.

Аспекти і параметри інформації.

Література основна: 6, 8, 11.

Література додаткова: 2, 3, 6, 8.

Семінарське заняття № 1. Властивості, вимірювання та оцінювання інформації

План

1. Кількість інформації. Вимірювання та оцінювання.
2. Новизна інформації. Види нової інформації. Достатність інформації.
3. Семантична цінність інформації. Проблема вимірювання.
4. Достовірність і складність інформації. Компресованість інформації.
5. Кодування. Знак. Мова як основний засіб кодування і передачі інформації.
6. Специфічні властивості масової інформації (репрезентативність, достатність, доступність, тривалість отримання, точність, зрозумілість, старіння, розсіювання, вплив на отримувачів).

Попередня підготовка.

Опрацювати літературу:

1. Григораш Д.С. Журналістика у термінах і виразах – Л., 1974.
2. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики. – К. : АУП; ЦВП, 2010. – 258 с.
3. Іванов В. Аспекты массовой коммуникации. Часть I. Информация и коммуникация. – К. : ЦВП, 2009. – 190 с.
4. Іванов В. Аспекты массовой коммуникации. Часть IV. Информационное общество. – К. : ЦВП, 2010. – 425 с.

5. Масова комунікація: Підручник / А.З.Москаленко, Л.В.Губерський, В.Ф.Іванов, В.А.Вергун. – К., 1997.
6. Партико З. В. Теорія масової інформації: Конспект курсу лекцій. К., 2004. 200 с.
7. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. – К.: ВД «Києво-Могилянська академія», 2016. – 504 с.

Лекція 2. Масова інформація, її поширення через мас-медіа – 2 год.

Якісні параметри інформації, їх суб'єктивність. Соціальна (масова) інформація. Інформація в журналістиці (мас-медіа). Принципи відбору інформації для перетворення її в масову. Методи і прийоми поширення масової інформації.

Література основна: 5, 6, 8, 11.

Література додаткова: 2, 15.

Семінарське заняття № 2. Специфіка масово-інформаційної діяльності

План

1. Поняття «інформація» й «масова інформація».
2. Атрибутивний і функціональний підхід до тлумачення інформації.
3. Підвищення інформаційної насиченості творів – предмет постійного піклування журналістики.
4. Семантична, прагматична, синтаксична адекватність журналістських творів – запорука інформованості аудиторії. Шляхи досягнення інформативної насиченості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Владимиров В. Основы журналистики: в понятиях и комментариях. – Луганск, ВУГУ, 1998.
2. Зеленін В. По той бік правди: НЛП як зброя інформаційно-пропагандистської війни. – К.: Люта справа, 2015. – 384 с.
3. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики. – К.: АУП; ЦВП, 2010. – 258 с.
4. Іванов В. Аспекти массовой коммуникации. Часть I. Информация и коммуникация. – К.: ЦВП, 2009. – 190 с.
5. Іванов В. Аспекти массовой коммуникации. Часть II. Массовая коммуникация. – К.: ЦВП, 2009. – 109 с.

6. Михайлин І.Л. Основи журналістики: Підручник. Вид. 2-е доп. і поліпш. – Харків: ХІФТ, 2000.
7. Москаленко А.З. Вступ до журналістики. – К.: Школяр, 1997.
8. Москаленко А.З., Губерський Л.В., Іванов В.Ф. Основи масово-інформаційної діяльності: Підручник. – К., 1999.
9. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. – К.: ВД «Києво-Могилянська академія», 2016. – 504 с.
10. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Учебное пособие. – М.: РИП-холдинг, 2000.
11. Основы творческой деятельности журналиста: Учебник для студентов вузов по спец. «Журналистика» / Ред.-сост. С.Г. Корконосенко. – СПб: Знание, СПБИНВЭСЭП, 2000.
12. Різун В.В. Загальна характеристика масовоінформаційної діяльності. Лекція перша / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – К., 2000.
13. Різун В.В. Теорія масової комунікації: підручник. – К.: ВЦ«Просвіта», 2008. – 260 с.

Лекція 3. Комунікація. Міжособистісна комунікація – 2 год.

Поняття комунікації. Схеми й теорії комунікації. Складники й цілі комунікаційних актів. Функції комунікації. Міжособистісна комунікація. Форми і засоби міжособистісної комунікації. Знакові системи.

Семінарське заняття № 3. Масова інформація в життєдіяльності суспільства

План

1. Інформація як засіб впливу на свідомість та діяльність людей.
2. Інформаційний потік. Інформаційна індустрія.
3. Законодавство України про інформацію.
4. Поняття інформаційної супермагістралі (Н. Негропonte).

Опрацювати літературу:

1. Афанасьев В.Г. Социальная информация и управление обществом. – М., 1975.
2. Гришкин И.И. Понятие информации. – М., 1973.
3. Дубровский Д.И. Информация, сознание, мозг. – М., 1980.
4. Зеленін В. По той бік правди: НЛП як зброя інформаційно-пропагандистської війни. – К.: Люта справа, 2015. – 384 с.
5. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики. – К.: АУП; ЦВП, 2010. – 258 с.
6. Іванов В. Аспекты массовой коммуникации. Часть I. Информация и коммуникация. – К.: ЦВП, 2009. – 190 с.

7. Иванов В. Аспекты массовой коммуникации. Часть II. Массовая коммуникация. – К. : ЦВП, 2009. – 109 с.
8. Иванов В. Аспекты массовой коммуникации. Часть IV. Информационное общество. – К. : ЦВП, 2010. – 425 с.
9. Информационное общество. Баланс интересов государства, общества и личности. – М., 2001.
10. Массовая информация и коммуникация в современном мире / под. ред. И.А. Федякина. – М., 1991.
11. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. – К. : ВД «Києво-Могилянська академія», 2016. – 504 с.

Лекція 4. Маси як реципієнти масовокомунікаційної діяльності – 2 год.

Поняття мас у соціології й комунікативістиці. Сучасні інтерпретації мас. Поява мас і масової комунікації. Комунікатор, його вплив на маси. Лідери думок, їх роль і місце в масово-комунікаційній діяльності. Маси і політика. Стратегії ефективної подачі й ефективного сприйняття інформації.

Семінар 4. МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ЯВИЩЕ

План

1. Курс “Теорія масової комунікації” (ТМК), його предмет, завдання, місце у системі наукових та навчальних дисциплін. Основні терміни та постулати курсу.
2. Розвиток масової комунікації: основні періоди та етапи.
3. Природа масової комунікації. Характер масової комунікації.
4. Система масової комунікації.
5. Структура масової комунікації.
6. Форми масової комунікації.
7. Формати масової комунікації.
8. Види масової комунікації.
9. Масмедійні комунікації.
10. Рекламна комунікація.
11. PR-комунікації.
12. Пропагандистська комунікація.
13. Агітаційна комунікація.
14. Фактори масової комунікації. Людські (особистісні) фактори масової комунікації.
15. Інструментально-технологічні фактори масової комунікації.
16. Ситуаційні фактори масової комунікації.
17. Визначення масової комунікації.
18. Модель масової комунікації.

Література

- Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции: Учеб. пособие для студ. вузов. – М.: Аспект-Пресс, 2005. – 176 с.
- Беляков О.О. Масова комунікація та екологічна політика / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К.: ВПЦ “Київський ун-т”, 2001. – 149 с.
- Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 173 с.
- Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики. – К.: АУП; ЦВП, 2010. – 258 с.
- Іванов В. Аспекти массовой коммуникации. Часть I. Информация и коммуникация. – К.: ЦВП, 2009. – 190 с.
- Іванов В. Аспекти массовой коммуникации. Часть II. Массовая коммуникация. – К.: ЦВП, 2009. – 109 с.
- Іванов В. Аспекти массовой коммуникации. Часть V. Глобализация. – К.: ЦВП, 2010. – 119 с.
- Квіт С.М. Масові комунікації. – К.: Видавничий дім “Києво-Могилянська академія”, 2008. – 208 с.
- Коновець О.Ф. Масова комунікація: теорії моделі технології: навч. посібник. – К.: ЛГУ, 2009. – 266 с.
- Лалл Джеймс. Мас-медіа, комунікація, культура. Глобальний підхід. – К.: Вид-во “К.І.С”, 2002. – 264 с.
- Москаленко А.З., Губерський Л.В., Іванов В.Ф., Вергун В.А.. Масова комунікація: Підручник. – К.: Либідь, 1997. – 212 с.
- Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. – К.: ВД «Києво-Могилянська академія», 2016. – 504 с.
- Різун В.В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 “журналістика та інформація”. – К.: Просвіта, 2008. – 260 с.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II.

МАСОВА КОМУНІКАЦІЯ, ЇЇ СКЛАДНИКИ І ФУНКЦІЇ

Лекція 5. Масова комунікація – 2 год.

Масова комунікація, її параметри. Масова інформація як швидкий спосіб передачі інформації для багатьох реципієнтів. Масова комунікація як культуроспадкування. Комерційний характер масового комунікування. Полеміка навколо домінант масової комунікації.

Семінар 5. Маси та комуніканти

як чинники масової комунікації

План

1. Поняття про маси. Визначення мас.
2. Види мас. Стихійні і штучні маси.
3. Ознаки маси.
4. Фази існування маси.
5. Масифікація. Механізм масифікації.
6. Причини масифікації особистості.
7. Роль ЗМК в масифікації людини.
8. Натовп і публіка.
9. Масова аудиторія.
10. Масові настрої.
11. Суспільна думка.
12. Масова свідомість.
13. Масова поведінка.
14. Поняття про професійного комуніканта.
15. Професійний і соціальний аспекти діяльності професійних комунікантів.
16. Типи комунікантів у масовій комунікації.
 - 16.1. Агітатор;
 - 16.2. Журналіст;
 - 16.3. Іміджмейкер;
 - 16.4. Піарник;
 - 16.5. Педагог;
 - 16.6. Політик;
 - 16.7. Прес-секретар;
 - 16.8. Пропагандист;
 - 16.9. Публіцист;
 - 16.10. Редактор;
 - 16.11. Рекламист.
17. Професіоналізація комунікаторів як основа масовокомунікаційного виробництва.
18. Єдність творчого й виробничого в масовій комунікації.
19. Структура і функції ЗМК в системі управління масовою комунікацією.
20. Трансформація систем масової комунікації.

Література

- Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики. – К. : АУП; ЦВП, 2010. – 258 с.
- Іванов В. Аспекты массовой коммуникации. Часть I. Информация и коммуникация. – К. : ЦВП, 2009. – 190 с.
- Іванов В. Аспекты массовой коммуникации. Часть II. Массовая коммуникация. – К. : ЦВП, 2009. – 109 с.

- Иванов В. Аспекты массовой коммуникации. Часть IV. Информационное общество. – К. : ЦВП, 2010. – 425 с.
- Канетті Еліас. Маса і влада. – К.: Видавничий дім “Альтернативи”, 2001. – 416 с.
- Ольшанский Д. В. Психология масс. – СПб: Питер, 2001. – 368 с.
- Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. – К.: ВД «Києво-Могилянська академія», 2016. – 504 с.
- Різун В.В. Маси. – К.: ВПЦ “Київський університет”. 2003. – 118 с.
- Різун В.В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 “журналістика та інформація”. – К.: Просвіта, 2008. – 260 с.

Лекція 6. Масовокомунікаційний процес – 2 год.

Передумови для масовокомунікаційного процесу. Сутність, функції та діяльність комунікатора. Взаємодія комуніката і комуніканта. Повідомлення, його передача. Комуніканти, аудиторія. Зворотний зв'язок у минулому і зараз. Перешкоди (шуми) при масовому комунікуванні.

Семінар 6. Масовий вплив та його технології

План

1. Визначення масово-комунікаційного впливу.
2. Концептуальні засади масовокомунікаційного впливу.
3. Професійні засади масовокомунікаційного впливу.
4. Види масовокомунікаційного впливу. Масове зараження. Масова сугестія. Масова маніпуляція.
5. Поняття про технологію масовокомунікаційного впливу.
6. Концептуальні засади масовокомунікаційних технологій.
7. Види масовокомунікаційних технологій. Технології проектування та змін соціального простору. Інформаційні технології. Інформаційні інтерактивні технології, або інтерактивні технології спілкування.
8. PR-технології. Рекламні технології;
9. Пропагандистські технології. Технології нових медіа як протипага масовокомунікаційним технологіям.
10. Засоби масовокомунікаційного впливу.

11. Методи та техніки масовокомунікаційного впливу.

Література

Зеленін В. По той бік правди: НЛП як зброя інформаційно-пропагандистської війни. – К. : Люта справа, 2015. – 384 с.

Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики. – К. : АУП; ЦВП, 2010. – 258 с.

Іванов В. Аспекты массовой коммуникации. Часть I. Информация и коммуникация. – К. : ЦВП, 2009. – 190 с.

Іванов В. Аспекты массовой коммуникации. Часть II. Массовая коммуникация. – К. : ЦВП, 2009. – 109 с.

Іванов В. Аспекты массовой коммуникации. Часть IV. Информационное общество. – К. : ЦВП, 2010. – 425 с.

Іванов В. Аспекты массовой коммуникации. Часть V. Глобализация. – К. : ЦВП, 2010. – 119 с.

Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием: Учеб. пособие. – К.: Оріяни, 2003. – 500 с.

Коновець О.Ф. Масова комунікація: теорії моделі технології: Навч. посібник. – К.: ЛГУ, 2009. – 266 с.

Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. – К. : ВД «Києво-Могилянська академія», 2016. – 504 с.

Різун В.В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 “журналістика та інформація”. – К.: Просвіта, 2008. – 260 с.

Лекція 7. Функції масової комунікації – 2 год.

Роль масової й публічної комунікації в життєдіяльності суспільства й окремих індивідів. Функція синхронізації життя суспільства у часі та просторі. Функція посередника між людиною і суспільством. Функція соціалізації індивідів. Функція гри (рекреативна). Функція кореляції (між реальністю та її відтворенням у медіа). Функція задоволення психічних і

соціальних потреб людини (В. Шульц). Типологія функцій Г.Д. Ласвелла; Д. МакКвейла; Б. Катля й А. Каде; Н. Лумана та ін.

Семінар 7. Ефекти в масовій комунікації

План

1. Поняття про ефективність.
2. Поняття про ефект.
3. Види ефектів у масовій комунікації.
4. Міф як результат масової комунікації.

Література

Зеленін В. По той бік правди: НЛП як зброя інформаційно-пропагандистської війни. – К. : Люта справа, 2015. – 384 с.

Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики. – К. : АУП; ЦВП, 2010. – 258 с.

Іванов В. Аспекты массовой коммуникации. Часть I. Информация и коммуникация. – К. : ЦВП, 2009. – 190 с.

Іванов В. Аспекты массовой коммуникации. Часть II. Массовая коммуникация. – К. : ЦВП, 2009. – 109 с.

Іванов В. Аспекты массовой коммуникации. Часть V. Глобализация. – К. : ЦВП, 2010. – 119 с.

Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием: Учеб. пособие. – К.: Оріяни, 2003. – 500 с.

Коновець О.Ф. Масова комунікація: теорії моделі технології: Навч. посібник. – К.: ЛГУ, 2009. – 266 с.

Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. – К. : ВД «Києво-Могилянська академія», 2016. – 504 с.

Різун В.В. Теорія масової комунікації: підруч. для студ. галузі 0303 “журналістика та інформація”. – К.: Просвіта, 2008. – 260 с.

6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна к-ть балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		Кількість одиниць	Максимальна к-ть балів	Кількість одиниць	Максимальна к-ть балів
Відвідування лекцій	1	4	4	3	3
Відвідування семінарських занять	1	4	4	3	3
Робота на семінарському занятті	10	4	44	3	38
Виконання завдань для самостійної роботи	5	2	10	3	15
Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25
Разом:			87		79
Максимальна кількість балів	166				
Розрахунок коефіцієнта	$166:30=5,53$				

уніфікована система оцінювання прийнята в університеті

6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії оцінювання

Тема 1. Комунікація, міжособистісна комунікація. Маса

1. Знати визначення термінів: “комунікатор”, “комунікант”, “комунікація”, “спілкування”, “інтенція”, “інформаційна інтенція”, “комунікативна інтенція”, “масове наслідування”, “масовокомунікативне зараження”, “навіювання (сугестія)”, “масовокомунікативне навіювання”, “масовокомунікативна маніпуляція”, “рефлексія”, “масова рефлексія”, “масовокомунікативна регуляція”, “масова саморегуляція”, “комунікація”, “спілкування” – 2 год.

2. Законспектувати та опрацювати статтю В.Ф.Іванова “Визначення масової комунікації” // Актуальні проблеми масової комунікації. – Вип.9. – К., 2008. – С.39-50 – 2 год.

3. Законспектувати та опрацювати: Шендеровський К.С. Як написати успішне есе. – К.: Ін-т масової комунікації при КНУ імені Тараса Шевченка, 2007. – 34 с. – 2 год.

Тема 2. Масова і публічна комунікація

1. Виписати та знати визначення термінів: “масовий”, “маса”, “дискурс”, “модель”, “структура”, “система”, “риторика”, “філософія”, “логіка” – 2 год.

2. Законспектувати та опрацювати: Ольшанский Д. В. Психология масс. – СПб: Питер, 2001. – 368 с – 2 год.

3. Написати есе на тему “Усі глобальні проблеми людства – це передусім проблеми комунікації”, або на будь-яку іншу цікаву тему, що стосується проблем комунікації – 2 год.

Тема 3. Масовокомунікаційний процес

1. Виписати та вивчити визначення термінів: “піар-технології”, “спічрайтерство”, “перформанс”, “психотерапія” – 2 год.

2. Завдання для роботи у групах – 4 год.:

І варіант: Уявіть, що ви – рекламист. Прорекламуйте нову газету “Молодь&здоров’я”.

II варіант: Уявіть, що ви – агітатор. Підготуйте звернення до молоді на 1-2 хв у рамках акції “Молодь – проти паління”.

III варіант: Уявіть, що ви – журналіст. Підготуйте замітку в газету на тему: “Паління: так чи ні”.

IV варіант: Уявіть, що ви – політик і презентуєте свою програму, одним із аспектів якої є положення: “За здоров’я нації”. Представте цей аспект.

V варіант: Уявіть, що ви – педагог. Тема уроку в 9 класі: “Вплив паління на організм молодого людини”. Приготуйте початок цього уроку (до 5 хвилин).

VI варіант: Уявіть, що ви – пропагандист. Пропагуєте здоровий спосіб життя, без паління. Приготуйте свою програму на 2-3 хв.

3. Законспектувати та опрацювати: Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием: Учеб. пособие. – К.: Оріони, 2003. – 500 с – 3 год.

4. Робота в групах – по 3-4 чол. Підготуйте повідомлення про Університет, в якому навчаєтесь. Тематика не повинна повторюватися. У повідомленні повинно бути 2-3 доцільні коментарі – 3 год.

Тема 4. Функції масової комунікації

1. Підготуватися до прес-конференції. Аудиторія поділяється на дві категорії:

- а) гості прес-конференції на чолі з модератором;
- б) та журналісти, запрошені на прес-конференцію.

Серед гостей – Володимир Володимирович Різун, Валерій Феліксович Іванов, Дмитро Вадимович Ольшанський, Сергій Георгійович Кара-Мурза, Георгій Георгійович Почепцов, Матвій Юрійович Ганапольський – науковці, в колі інтересів яких масова комунікації.

Ролі гостей попередньо розподіляються серед учасників гри.

Інші учасники виконують роль журналістів конкретних засобів масової інформації.

Запитання журналістів повинні враховувати специфіку аудиторії ЗМІ та її інтереси.

На прес-конференції обговорюються питання сучасної масової комунікації, вплив на маси, роль комунікації в сучасному глобалізованому світі – 6 год.

2. Законспектувати і опрацювати: Різуна В.В. Лекція “Природа й структура комунікативного процесу” – 2 год.

3. Законспектувати і опрацювати: Жукова Я., Ширков Ю. Модели массовой коммуникации. Научный отчет. – М., Гостелерадио СССР, 1989 – 1 год.

4. Із рекомендованої літератури підібрати інформацію про одну з тих моделей МК, яка не була розглянута під час лекцій та не пропонувалася для обговорення на семінарському занятті (моделі намагатися не повторювати) – 1 год.

5. На основі розглянутих моделей масової комунікації розробити власну модель МК та підготуватися до її презентації – 2 год.

Карту самостійної роботи, де визначено форми академічного контролю, успішність (бали) і термін виконання самостійної роботи студентами, подано у вигляді табл. 6.1.

Критерії оцінювання самостійної роботи

Перевірка самостійно виконаних завдань здійснюється на контрольній модульній роботі.

Критерії оцінювання відповіді:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Контрольна модульна робота включає:

1. Десять тестових завдань;
2. Два питання для перевірки самостійно виконаних завдань.

Критерії оцінювання:

1. Тестові завдання: за кожен правильну відповідь - 1 б.
2. Кожне з питань для перевірки самостійно виконаних завдань - 7,5 б. (макс.), для цього вони мають відповідати наступним критеріям:

- відповідність змісту;
- повнота і ґрунтовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- термінологічна коректність;
- здатність до обґрунтування висновків;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання

Підсумкове оцінювання знань студентів з модуля «Теорія інформації й комунікацій» відбувається у межах комплексного екзамену з дисципліни «Масова комунікація й інформація». Відповідно екзаменаційна оцінка складається з двох компонентів: блок «Теорія інформації й комунікацій» – 20 балів і блок «Комунікаційний менеджмент» – 20 балів.

Студенти з «Теорії інформації й комунікацій» виконують завдання, яке включає теоретичний і практичний компоненти, кожний із яких оцінюється по 10 балів.

Критерії оцінювання завдань із теорії інформації й масових комунікацій:

- глибоке знання змісту праць видатних соціологів і рекомендації щодо їхнього використання у соціологічних дослідженнях;
- ґрунтовне знання термінологічного апарату соціології громадської думки і коректне його застосування;
- вміння обґрунтувати доцільність застосування соціологічного методу дослідження громадської думки
- повнота і змістовність викладу;
- доказовість і логічність викладу;
- здатність до обґрунтування висновків;
- володіння нормами літературної мови і культури письмової відповіді.

6.5. Орієнтовний перелік питань для семестрового контролю

1. Поняття «інформація».
2. Атрибутивна і функціональна теорія інформації.
3. Інформація в різних науках. Інформація й масова комунікація.
4. Різне розуміння інформації в біології (генетика, інстинкт тощо), гуманітаристиці й математиці (кількісні показники).
5. Інформація – комунікація і зв'язок, у процесі якого усувається невизначеність (Клод Шеннон).
6. Зберігання інформації. Проблема її вибору.
7. Обмін інформацією, її функціонування.
8. Джерело інформації – канал зв'язку – приймач інформації (К. Шеннон).
9. Повідомлення (послання, месидж); інтерпретація (сприйняття); комунікація.
10. Нагромадження і зберігання інформації для майбутнього використання.
11. Проблема інформаційного вибору.
12. Українське законодавство про поняття «інформація». Недосконалість визначень.
13. Інфосфера.
14. Ноосфера.
15. Залежність швидкості суспільних перетворень від інтенсивності інформаційних обмінів.
16. Стрибкоподібне збільшення інформації в інформаційному суспільстві. Інформаційний вибух.
17. Аспекти і параметри інформації.
18. Інформаційні ресурси (запаси), їх незнищенність, висока потенційна інтелектуальна вартість.
19. Якісні параметри інформації, їх суб'єктивність.
20. Потреба в передачі інформації від покоління до покоління (культура).
21. Соціальна (масова) інформація.
22. Суб'єктивність соціальної інформації.

23. Параметри соціальної інформації: кількість, цінність, зміст, об'єктивність, адекватність, достовірність, точність, оперативність, надійність.
24. Цінність інформації як її корисність, актуальність, вигідність тощо.
25. Реальність і нереальність інформації.
26. Знакова і незнакова інформація.
27. Вербальна і невербальна інформація.
28. Доступність мас до інформації.
29. Активний пошук інформації – риса людини й людського спілкування.
30. Переваги ЕОМ у пошуку інформації в замкнутій системі й людини – у зовнішньому довкіллі.
31. Інформаційні шуми.
32. Соціальне спотворення інформації.
33. Організована й неорганізована (немасова) інформація.
34. Вертикальна і горизонтальна передача інформації.
35. Інформація в журналістиці (мас-медіа).
36. Інформаційні ефекти мас-медіа.
37. Інформаційні запити.
38. Поняття комунікації.
39. Інтерсуб'єктність, діяльний характер, навчання («мистецтву») комунікації.
40. Комунікативні знаки чотирьох видів: словесні, кінетичні, музичні, графічні.
41. Мова як основна форма комунікування. Жести, зменшення їх ролі.
42. Схеми комунікації Г.Д. Лассвелла.
43. Схеми комунікації К. Шеннона і В. Вівера.
44. Абсолютизація каналу передачі в теорії Г.М. МакЛюена.
45. Адресант, адресат комунікації, повідомлення, код, контекст, контакт (Р. Якобсон).

- 46.Спостерігач. Мови, описи різних спостерігачів доповнюють один одного (Н. Бор).
- 47.Інтертекстуальність як «цитатна мозаїка», прямі й опосередковані посилання на чужі тексти (Ю. Крістева).
- 48.Консенсуальна взаємодія самоорганізованих систем (У. Матурана).
- 49.Складники комунікаційних актів.
- 50.Цілі комунікації та потреби людини.
- 51.Зв'язок комунікації з пірамідою потреб А. Маслоу.
- 52.Функції комунікації.
- 53.Модель комунікативних функцій Р. Якобсона.
- 54.Мовний вплив і мовна взаємодія. Реакція отримувача мовного акту.
- 55.Міжособистісна комунікація.
- 56.Невербальна комунікація, недоліки й переваги.
- 57.Вербальне спілкування як найуніверсальніший спосіб і найбільш досліджений різновид комунікації.
- 58.Мовлення як частина комунікативної культури й культури загалом.
- 59.Мовно-культурні системи, труднощі перекладу.
- 60.Маси як натовп, публіка, гетерогенна система, аудиторія мас-медіа.
- 61.Маси як продукт машинної техніки і «надорганізованого» бюрократичного суспільства (Карл Маннгейм).
- 62.Теорія атомізму (мас, аудиторії).
- 63.Теорія лідерів думок.
- 64.Принципова гетерогенність мас.
- 65.Маси – будь-яка велика кількість людей, різна за структурою і яка утворює соціальну організацію.
- 66.Три закони схеми поширення ідей в акті комунікації: повторюваність, протиставлення, пристосування.
- 67.Мас-медіа – цемент суспільства, який дає соціальні орієнтири.
- 68.Масова комунікація і масове суспільство. Вульгаризація смаків.
- 69.Масова комунікація як маніпулювання масами.

70. Мас-медіа як формування у людини стереотипного світогляду.
71. Мас-медіа і розрив міжособистісних зв'язків.
72. Мас-медіа – найважливіший каталізатор масовізації.
73. Проблема пасивності й активності мас.
74. Потреба масової комунікації в момент, коли міжособистісна комунікація вже не справлялася з завданнями.
75. Ефекти мас-медіа – зміна поведінки отримувача.
76. Ключова роль комунікаторів у впливі на маси.
77. Вплив комунікатора на характер і зміст інформації.
78. Вплив на маси через актуальність і регулярність впливу.
79. Єднальна роль діяльності мас-медіа.
80. Причини звернення реципієнтів до мас-медіа.
81. Масові реакції на журналістські виступи.
82. Конвергенція масмедійної сфери й політики.
83. Чинники формування суспільної думки з боку мас-медіа.
84. Стратегіями впливу на маси.
85. Неоднозначне тлумачення ефектів масової комунікації, їх критеріїв, способів визначення й досягнення.
86. Дезінформація, порушення правових і етичних норм.
87. Стратегія ефективного отримання інформації.
88. Модель впливу мас-медіа.
89. Масова комунікація.
90. Параметри масової комунікації.
91. Зростання ролі масової комунікації з переходом до інформаційного суспільства.
92. Професійні комунікатори.
93. Масовість і анонімність аудиторії масової комунікації.
94. Односторонність повідомлень у масовій комунікації.
95. Принципова присутність і потреба технічних «посередників» у масовій комунікації.

96. Неособисте спілкування в масовій комунікації.
97. Інтенсивний обмін великою кількістю інформації у масовій комунікації.
98. Масовокомунікаційний одночасний зв'язок із великою кількістю людей в обмеженому просторі.
99. Організований, регульований масовокомунікаційний процес інформування.
100. Інформування і формування установок в масовому комунікуванні.
101. Публічність, принципова доступність масовокомунікаційного контенту.
102. Масова комунікація як історичний процес культуроуспадкування.
103. Масова комунікація як сукупність знань, цінностей і норм.
104. Невелика кількість тих, хто передає інформацію в масовій комунікації, і велика тих, хто приймає.
105. Комерційний характер масової комунікації.
106. Масова комунікація як обмін інформацією між складними динамічними системами.
107. Масова комунікація як процес обміну продуктами психічної діяльності.
108. Перепони для процесу масової комунікації.
109. Передумови для масовокомунікаційного процесу.
110. Сутність, функції та діяльність комунікатора.
111. Взаємодія комуніката і комуніканта.
112. Повідомлення, його передача.
113. Комуніканти, аудиторія. Зворотний зв'язок у минулому і зараз.
114. Перешкоди (шуми) при масовому комунікуванні.
115. Інформаційна функція масової комунікації.
116. Функція синхронізації життя суспільства у часі та просторі.
117. Функція соціалізації індивідів.
118. Функція саморегуляції суспільства, його груп, осіб.
119. Функція соціального контролю.

120. Функція збереження людських цінностей та інститутів у єдності з соціальною сферою.
121. Функція посередника між людиною і суспільством.
122. Функція кореляції (між реальністю та її відтворенням у медіа).
123. Функція програмування (творення символів і стереотипів).
124. Функція гри (рекреативна).
125. Функція задоволення в отриманні вузькопрофільної інформації.
126. Функція ескапізму (розрядка напруги, відволікання від повсякденних проблем, повсякденності загалом).
127. Функція задоволення психічних і соціальних потреб людини.
128. Функція передачі культурних засад (пізнавально-культурологічна функція).
129. Функція особистісної ідентифікації.
130. Мобілізаційна функція масової комунікації.
131. Функція управління самоспостереженням за суспільною системою (Н. Луман).
132. Функція формування уявлення про світ і суспільство, на які орієнтується саме суспільство.

6.6. Шкала відповідності оцінок

Оцінка	Кількість балів
відмінно	100-90
дуже добре	82-89
добре	75-81
задовільно	69-74
достатньо	60-68
незадовільно	0-59

7. Рекомендовані джерела

Основні

8. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики. – К. : АУП; ЦВП, 2010. – 258 с.

9. Іванов В. Аспекти масової комунікації. Частина I. Інформація і комунікація. – К. : ЦВП, 2009. – 190 с.

10. Іванов В. Аспекти масової комунікації. Частина II. Масова комунікація. – К. : ЦВП, 2009. – 109 с.

11. Іванов В. Аспекти масової комунікації. Частина IV. Інформаційне суспільство. – К. : ЦВП, 2010. – 425 с.

12. Іванов В. Аспекти масової комунікації. Частина V. Глобалізація. – К. : ЦВП, 2010. – 119 с.

13. Квіт С.М. Масові комунікації. – К.: Видавничий дім “Києво-Могилянська академія”, 2008. – 208 с.

14. Партико З. В. Теорія масової інформації: Конспект курсу лекцій. К., 2004. 200 с.

15. Почепцов Г.Г. Медиа: Теория массовых коммуникаций. – К. : Альтерпрес, 2008. – 403 с.
16. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. – М. : «Рефл-бук», К. : «Ваклер», 2001. – 656 с.
17. Різун В.В. Теорія масової комунікації : підручник. – К. : ВЦ»Просвіта», 2008. – 260 с.

Додаткові

- 1.Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции: Учебное пособие для студентов вузов. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 176 с.
2. Бориснёв С.В. Социология коммуникации: Учебное пособие для вузов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 270 с.
3. Бодрийяр, Жан. Символический обмен и смерть / Пер. и вступ ст. С.Н.Зенкина. – М. : Добросвет, 2000. – 389 с.
4. Бодрийяр, Жан. Симулякры и симуляция / Пер. О.А. Печенкина. – Т., 2013. – 204 с.
5. Бодрийяр, Жан. Система вещей / Ж. Бодрийяр./ Пер. с фр. С.Зенкина. – М. : Рудомино, 1995. – 168 с.
- 6.Вебер М. Соціологія Загальноісторичні аналізи. Політика. Пер. з нім. / Макс Вебер. – К. : Основи, 1998. – 534 с.
7. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы / Петер Винтерхофф-Шпурк. – Харьков : Гуманитарный центр, 2016. – 266 с.
8. Гендер для медій. Підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей \За ред. М.Маєрчик. – К. : Критика, 2014. – 217 с.
9. Гидденс А. Опосредование опыта // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – С. 169–173.
10. Дмитриев Е.И. Социология журналистики: Конспект лекций. – Мн. :

БГУ, 2001. – 150 с.

11.Іванов В.Ф. Соціологія і журналістика: Тексти лекцій. – К. : Навч.-видавн. центр Ін-ту журналістики, 1994.

12. Конецкая В.П. Социология коммуникации: учебник. – М. : Международный университет бизнеса и управления, 1997.

13. Липпман У. Общественное мнение. – М., 2004.

14. Мерскин Д.Л. Сексуализация медиа. Как и почему мы это делаем / Д.Л. Мерскин. – Харьков : Гуманитарный центр, 2015. – 380 с.

15. Почепцов Г.Г. Информационные войны. — М. : «Реал-бук», 2000. – 576 с.

16. Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика. – К. : Альтер-пресс, 2008. – 408 с.

17. Почепцов Г.Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття. – К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017.

18. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. – К. : ВПЦ «Київський університет», 1999. – 308 с.

19. Соціологія: Навчальний посібник / За ред. С.О.Макеєва. – 3-тє вид., стер. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2005. – 455 с.

20. Соловьев В.Р. Манипуляции: Атакуй и защищайся / Владимир Соловьев. – М. : Эксмо, 2011. – 352 с.

21.Терин В.П. Массовая коммуникация: исследование опыта Запада: 2-е изд., перер. и доп. – М., 2000. – 224 с.

22. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2003. – 400 с.

23.Фиск Дж. Постмодернизм и телевидение // Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – С.174–179.

24.Фрейд З. О сновидениях. Тотем и табу. Очерки по теории сексуальности. О сновидениях. / З. Фрейд; Пер. с нем. – Харьков; Фолио, 2006. – 414 с.

25. Фромм Эрих. Бегство от свободы / Э. Фромм; Пер. с англ. Г.Ф. Швейника. – 2-е изд. – М.: Изд. группа «Прогресс»: Универс, 1995. – 251 с.
26. Фуко Мишель. Історія сексуальності / Фуко Мишель. – Харків: Око. – Т 3: Плекання себе. – 2000. – 264 с.
27. Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: Учебник для вузов. — М.: ИД «Социальные отношения», Изд-во «Перспектива», 2003. — 248 с.
28. Шеремет А.Н. Интернет как средство массовой коммуникации: социологический анализ: Дисс. ... канд. соц. наук. – Екатеринбург, 2003. – 142 с.
29. Шульц В. Процес комунікації // Публіцистика. Масова комунікація. – К.: АУП, ЦВП, 2007. – С. 619–646.
30. Щербина В.Н. Сетевые сообщества в ракурсе социологического анализа (опыт рефлексии становления «киберкоммуникативного континуума») / Бердянский государственный педагогический институт. – Бердянск, 2001. – 252 с.
31. Юнг К.Г. Архетип и символ/ К.Г. Юнг. – М., 1991. – 304 с.
32. Ярош О. ЗМІ як дзеркало громадської думки. Проблеми коректної презентації результатів соціологічних опитувань // Контекст. – № 12. – С. 17–23.